

Pelatihan Sistem Informasi E-Commerce untuk Optimalisasi Proses Konsumen, Produksi, dan Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur Kalasan Yogyakarta

E-Commerce Information System Training to Enhance Consumer, Production and Marketing Processes for MSMEs at the Maju Makmur Fried Chicken Industrial Center Kalasan Yogyakarta

Zaidir^{1*}

Veronika Wiratna Sujarweni²

Erizal³

¹Department of Information Technology, Faculty of Informatics, Respati University Yogyakarta, Indonesia

²Department of Accounting, Faculty of Economics, Respati University Yogyakarta, Indonesia

³Department of Information Systems, Faculty of Computer Science, Respati University Yogyakarta, Indonesia

email: zaidirtan@respati.ac.id

Kata Kunci

E-commerce
UMKM
Pelatihan
Sistem Informasi; Optimalisasi

Keywords:

Ecommerce
MSMEs
Training
Information Systems
Optimization

Received: August 2024

Accepted: September 2024

Published: November 2024

Abstrak

Program pelatihan sistem informasi *e-commerce* yang dilaksanakan di Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur Kalasan Yogyakarta bertujuan untuk meningkatkan keterampilan UMKM dalam pengelolaan konsumen, produksi, dan pemasaran melalui teknologi. Evaluasi efektivitas program menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta, yang tercermin dalam pengelolaan stok, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran yang lebih baik. Dibandingkan dengan pendekatan sebelumnya yang kurang terukur, evaluasi kali ini menggunakan metode yang lebih komprehensif dan menunjukkan hasil yang lebih kuat dan berkelanjutan. Hasil dari kegiatan PkM ini dapat meningkatkan keterampilan dan efisiensi UMKM di Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur. Kegiatan pelatihan tidak hanya berhasil dalam jangka pendek yaitu meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga manfaat jangka panjang dengan menggunakan sistem informasi *e-commerce* yang dibuat secara kustom sehingga dapat mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM.

Abstract

The *e-commerce* information system training program implemented at the Maju Makmur Kalasan Yogyakarta Fried Chicken Industry Center aims to improve the skills of MSMEs in consumer management, production, and marketing through technology. The evaluation of the effectiveness of the program showed a significant increase in the knowledge and skills of participants, which was reflected in better stock management, production efficiency, and marketing strategies. Compared to the previous approach that was less measurable, this evaluation used a more comprehensive method and showed stronger and more sustainable results. The results of this PkM activity can improve the skills and efficiency of MSMEs at the Maju Makmur Fried Chicken Industry Center. The training activity was not only successful in the short term, namely improving the technical skills of participants, but also long-term benefits by using a custom-made *e-commerce* information system so that it can encourage the growth and competitiveness of MSMEs.



© 2024. Zaidir, Veronika Wiratna Sujarweni, Erizal. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.7960>

PENDAHULUAN

Sentra industri ayam goreng Maju Makmur Kalasan berdiri tahun 2011 dengan jumlah anggota untuk pertama kali sebanyak 26 UMKM, berlokasi di Bendan, Tirtomartani, Kalasan, Sleman, Yogyakarta. Jumlah anggota terus bertambah

How to cite: Zaidir., Sujarweni, V.W., Erizal. (2024). Pelatihan Sistem Informasi E-Commerce untuk Optimalisasi Proses Konsumen, Produksi, dan Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur Kalasan Yogyakarta. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(11), 1963-1975. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.7960>

sehingga sudah mencapai sebanyak 35 UMKM sampai tahun 2024. Pada tahun 2016 sentra industri ayam goreng Maju Makmur resmi dikukuhkan oleh disperindag kabupaten Sleman, Yogyakarta. Produk utama yang dihasilkan yaitu ayam goreng kremes dengan tambahan sambal dan lalapan. Bahan baku utama berupa ayam, yaitu ayam kampung, ayam potong, dan ayam petelur. Bahan pendukung yang dibutuhkan seperti sayuran sebagai lalapan, bumbu, tepung dan rempah-rempah. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau, dalam range Rp 70.000 – 85.000 per ekor. Konsumen ayam goreng Kalasan diantaranya adalah restoran-restoran besar dan pasar tradisional di Yogyakarta dan sekitarnya. Rata-rata produksi harian para pengusaha ayam goreng ini sekitar 30-50 porsi. Peralatan yang digunakan untuk memproses ayam goreng Kalasan berupa alat memasak seperti kompor, wajan, dan lain-lain. Jumlah tenaga kerja yang dapat diberdayakan pada sentra ini lebih kurang 70 orang, rata-rata 2 orang tiap UMKM terdiri atas pemilik usaha dan tenaga bantu harian. Tingkat Pendidikan mereka SMA ke bawah. Sentra Ayam Goreng Kalasan berlokasi di jalan raya Jogja-Solo. Infrastruktur sentra sudah tersedia dalam kondisi cukup baik seperti jaringan listrik, jaringan telepon, dan jaringan internet. Sentra industri “Maju Makmur” memiliki 2 tempat Rumah Pematangan Ayam (RPA). Kondisi RPA selalu bersih karena limbah yang dihasilkan dimanfaatkan untuk pakan ikan, dll. Sebagian besar UMKM ayam goreng Kalasan telah memiliki sertifikat halal, sehingga memberikan jaminan kepada konsumen terhadap kualitas produksi. Denah dan anggota UMKM sentra industri ayam goreng Kalasan dapat dilihat pada gambar 1.

Sentra ayam goreng Kalasan “Maju Makmur” dipilih sebagai mitra dalam kegiatan PkM ini adalah karena pengelolaan usaha yang sangat konvensional sehingga kesulitan dalam mengelola masalah konsumen, proses produksi, dan penjualan. Pemilik usaha juga sebagian besar adalah generasi tua yang sangat awam dalam pengelolaan data yang cukup rumit dan pemanfaat teknologi sebagai alat bantu kerja. Pemilik usaha tidak memiliki informasi yang memadai untuk dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan.



Gambar 1. Denah Sentra Ayam Goreng Kalasan.

Perkembangan teknologi terkini dalam *e-commerce*, seperti *platform online*, pembayaran digital, *mobile commerce*, *big data*, dan teknologi logistik, telah berdampak signifikan pada persaingan bisnis UMKM, termasuk UMKM Sentra Industri Ayam Goreng di Kalasan, Yogyakarta. Teknologi ini memungkinkan UMKM guna menjangkau pasar yang lebih luas, mengefisienkan operasional, menambah kualitas layanan konsumen, dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar yang terhubung secara digital[1][2]. Oleh karena itu, adopsi teknologi terbaru sangat penting bagi UMKM agar selalu kompetitif dan berkembang pada lingkungan bisnis yang semakin dinamis. UMKM menghadapi tantangan dalam menggunakan sistem informasi *e-commerce* termasuk akses terbatas ke teknologi dan infrastruktur yang diperlukan, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola *platform e-commerce*, biaya implementasi yang tinggi, dan kekhawatiran terkait dengan keamanan data dan privasi konsumen[3][4]. Penggunaan sistem informasi *e-commerce* memberikan peluang besar bagi UKM. Peluang yang dimaksudkan yaitu jangkauan ke pasar global yang lebih luas, mengefisienkan operasional maupun distribusi, peluang pemasaran yang lebih luas dan terukur, kemampuan

memahami dan menanggapi kebutuhan konsumen dengan lebih cepat, dan potensi untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui penggunaan data dan analitik. Dengan mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan peluang yang ada, UKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan memperluas pangsa pasar di era perdagangan digital ini.

Analisis potensi penggunaan sistem informasi *e-commerce* oleh UMKM di Kalasan menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar secara nasional dan internasional, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan[5][6]. Mengingat semakin populernya *platform e-commerce* dan meningkatnya adopsi pembayaran digital di kalangan konsumen, UMKM di Kalasan memiliki peluang untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan melalui penerapan sistem informasi *e-commerce*. Dengan demikian, dengan memanfaatkan infrastruktur teknologi yang ada dan meningkatkan keterampilan dalam mengelola *platform online*, UMKM di Kalasan dapat mengoptimalkan potensi *e-commerce* untuk menumbuhkan bisnis mereka dan menambah daya saing pada pasar yang sudah dipengaruhi oleh hubungan secara digital.

Permasalahan dalam pengelolaan atau proses konsumen bagi Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur mungkin melibatkan beberapa aspek, seperti kurangnya sistem informasi yang terintegrasi untuk mengelola pesanan, inventarisasi, dan pengiriman produk secara efisien. Selain itu, tantangan dalam memenuhi standar kualitas dan kebersihan yang diharapkan oleh konsumen serta kurangnya pelatihan staf dalam memberikan layanan pelanggan yang baik juga dapat menjadi permasalahan. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, penurunan loyalitas, dan bahkan kehilangan pangsa pasar kepada pesaing yang mampu memberikan pengalaman konsumen yang lebih baik. Oleh karena itu, peningkatan dalam manajemen operasional dan pelayanan pelanggan melalui penggunaan teknologi dan pelatihan karyawan dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan ini dan meningkatkan keberhasilan Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur dalam memenuhi ekspektasi konsumen. Permasalahan keterbatasan akses pasar bagi Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur mungkin melibatkan beberapa faktor, termasuk kurangnya visibilitas produk di pasar yang lebih luas, keterbatasan jaringan distribusi yang efektif, serta persaingan yang ketat dari produsen besar atau merek yang lebih dikenal. Selain itu, kendala geografis atau infrastruktur yang tidak memadai juga dapat membatasi kemampuan UMKM untuk mencapai pasar yang lebih jauh atau memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini dapat menyebabkan potensi penjualan yang tidak tercapai dan menghambat pertumbuhan bisnis UMKM tersebut. Oleh karena itu, strategi yang tepat dalam meningkatkan akses pasar, seperti melalui *platform e-commerce* atau kemitraan dengan distributor lokal, dapat menjadi kunci dalam mengatasi permasalahan ini dan meningkatkan pertumbuhan bisnis Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur. Kendala dalam proses produksi bagi Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur dapat melibatkan berbagai faktor, termasuk masalah ketersediaan bahan baku yang konsisten dan berkualitas, tantangan dalam menjaga kebersihan dan keamanan pangan, serta kurangnya infrastruktur atau peralatan yang memadai untuk memenuhi permintaan yang meningkat. Selain itu, kurangnya standar operasional yang jelas atau prosedur yang terstandarisasi, serta kurangnya pelatihan bagi tenaga kerja dalam menggunakan peralatan atau teknik produksi yang efisien, juga dapat menjadi kendala dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Untuk mengatasi kendala ini, Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur perlu melakukan investasi dalam infrastruktur dan peralatan, menerapkan praktik manajemen yang baik dalam proses produksi, serta memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas dalam memproduksi ayam goreng.

Keterbatasan dalam pemasaran produk bagi Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur dapat mencakup beberapa aspek, seperti kurangnya strategi pemasaran yang terarah dan efektif, terbatasnya anggaran untuk kegiatan promosi, serta kurangnya penetrasi pasar yang luas karena terkendala akses informasi dan jangkauan distribusi yang terbatas. Selain itu, kurangnya kehadiran *online* atau kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan *platform e-commerce* dan media sosial juga dapat menjadi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran. (Jakob *et al.*, 2021). Untuk mengatasi keterbatasan ini, Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan visibilitas melalui strategi pemasaran digital, berkolaborasi dengan *influencer* lokal atau pihak terkait, serta memperluas distribusi melalui kemitraan dengan toko-toko ritel atau *platform e-commerce* yang populer. Dengan demikian, mereka dapat

mengatasi keterbatasan dalam pemasaran produk dan meningkatkan pemahaman serta daya tarik produk mereka di pasar yang lebih luas. Dampak keterbatasan dalam akses pasar, proses produksi, dan pemasaran produk dapat menghambat peningkatan pendapatan dan pertumbuhan berkelanjutan UMKM (Aliyev, 2023). Kendala ini dapat mencegah UMKM menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan, yang mengarah pada potensi yang belum terealisasi dan pertumbuhan bisnis terhambat (Vinsensius Widdy Tri Prasetyo *et al.*, 2023). Selain itu, pesaing yang dapat mengatasi masalah serupa dengan lebih efektif dapat memperoleh pangsa pasar, menimbulkan ancaman jangka panjang bagi kelangsungan hidup UKM (Al Malki, 2023). Oleh karena itu, sangat penting bagi UMKM untuk secara proaktif mengidentifikasi dan mengatasi masalah ini untuk memastikan peningkatan pendapatan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Kamil *et al.*, 2023). Dampak keterbatasan akses pasar, proses produksi yang tidak efisien, dan kendala dalam pemasaran produk dapat secara signifikan menghambat pertumbuhan UMKM (Kamil *et al.*, 2023). Kendala ini dapat membatasi UMKM untuk mencapai potensi pertumbuhan optimal mereka dan membatasi kemampuan mereka untuk meningkatkan operasi atau mendiversifikasi produk (Enaifoghe *et al.*, 2023). Selain itu, masalah yang belum terselesaikan dapat menyulitkan UMKM untuk mengakses modal tambahan atau investasi yang diperlukan untuk pertumbuhan lebih lanjut (Faculty Of M.B.A, Department of Commerce and Management, B. R. Ambedkar Bihar University Muzaffarpur, Bihar, India & Banerjee, 2023). Akibatnya, masalah ini dapat menghambat kontribusi UMKM terhadap ekonomi lokal dan pembangunan ekonomi berkelanjutan (Sri Yuliani *et al.*, 2023). Pertumbuhan berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang, sangat penting bagi UMKM untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah ini secara efektif.

METODE

Metode Pelaksanaan

1. Penyusunan materi pelatihan

Penyusunan materi pelatihan dapat melibatkan beberapa langkah yang terstruktur dan kolaboratif. Pertama, dilakukan analisis kebutuhan untuk mengevaluasi tantangan dan kebutuhan yang dihadapi oleh UMKM Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur, baik melalui survei, wawancara, atau diskusi kelompok. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis, materi pelatihan disusun dengan mempertimbangkan konsep-konsep dasar *e-commerce*, strategi pemasaran *online*, atau peningkatan manajemen produksi melalui sistem informasi. Proses penyusunan materi melibatkan semua tim termasuk pengurus sentra industri "Maju Makmur" untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan dan pemahaman peserta. Selama proses penyusunan, juga penting untuk memastikan materi pelatihan disusun dalam format yang interaktif dan gampang dimengerti, dengan memakai kasus yang real dan studi kasus untuk memperkuat pemahaman konsep. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan materi pelatihan dapat disusun dengan tepat dan efektif sesuai dengan kebutuhan UMKM Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur, sehingga memberikan dampak yang positif dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM.

2. Jadwal pelatihan

Penyusunan jadwal pelatihan dapat melibatkan serangkaian langkah yang terencana dengan baik. Pertama, dilakukan koordinasi dengan pihak terkait, termasuk manajemen UMKM Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur dan peserta pelatihan, untuk menentukan jadwal yang sesuai dengan ketersediaan dan kebutuhan mereka. Selanjutnya, berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan, materi pelatihan dipersiapkan dengan memperhitungkan durasi yang cukup untuk setiap topik yang akan dibahas serta mempertimbangkan kebutuhan peserta. Proses penyusunan jadwal ini memperhitungkan juga waktu untuk istirahat, diskusi, dan sesi tanya jawab guna memastikan partisipasi aktif dan pemahaman yang mendalam. Selama penyelenggaraan pelatihan, perencanaan jadwal juga dapat mengakomodasi fleksibilitas untuk menanggapi perubahan atau penyesuaian yang mungkin diperlukan selama proses pelatihan. Dengan demikian, metode ini memastikan bahwa pelaksanaan pelatihan berjalan lancar

sesuai jadwal yang telah ditetapkan, sehingga menciptakan pengalaman yang produktif dan bermakna bagi semua pihak yang terlibat.

3. Pengukuran dan evaluasi hasil pelatihan

Kegiatan melibatkan berbagai langkah yang sistematis dan terstruktur. Pertama, sebelum pelatihan dimulai, ditetapkan indikator kinerja dan tujuan yang jelas yang akan diukur selama dan setelah pelatihan. Selama sesi pelatihan, dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan berbagai metode evaluasi, seperti kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan, tes pengetahuan, observasi partisipan, serta diskusi kelompok. Setelah pelatihan selesai, data yang terkumpul dianalisis untuk mengevaluasi pencapaian tujuan pelatihan dan menilai efektivitasnya. Selain itu, dapat pula dilakukan sesi evaluasi bersama dengan peserta untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang kekuatan dan kelemahan pelatihan serta saran perbaikan untuk masa depan. Evaluasi hasil pelatihan ini dapat menjadi dasar untuk menyusun rencana tindak lanjut atau program pengembangan lanjutan bagi para peserta. Dengan menggunakan metode ini, pengukuran dan evaluasi hasil pelatihan dapat dilakukan dengan tepat dan objektif, sehingga memberikan pemahaman yang mendalam tentang dampak dan manfaat pelatihan bagi peserta.

Rencana Monitoring dan Evaluasi

1. Indikator keberhasilan

Kegiatan melibatkan langkah yang terstruktur dan terperinci. Pertama, ditetapkan indikator keberhasilan yang spesifik, terukur, relevan, dan realistis, mencakup aspek partisipasi peserta, peningkatan pengetahuan, implementasi praktik baru, dan dampak jangka panjang terhadap UMKM. Selanjutnya, rencana *monitoring* dirancang untuk memantau progres pelaksanaan pengabdian, dengan melakukan pemantauan berkala terhadap pelaksanaan aktivitas, tingkat partisipasi, dan pelaksanaan materi pelatihan. Evaluasi dilakukan diakhir kegiatan untuk mengevaluasi pencapaian indikator keberhasilan dan dampak yang dicapai. Metode evaluasi meliputi survei, wawancara, atau analisis data, untuk mengukur perubahan dalam pengetahuan, keterampilan, atau praktek peserta, serta dampaknya terhadap perkembangan UMKM. Hasil evaluasi digunakan untuk mengevaluasi efektivitas pelaksanaan pengabdian, mengidentifikasi pelajaran yang dipetik, dan menyusun rekomendasi untuk perbaikan. Dengan rencana monitoring dan evaluasi yang baik, pengabdian kepada masyarakat dapat terukur secara baik dan memberikan faedah yang signifikan untuk peserta.

2. Mekanisme *monitoring* dan evaluasi

Kegiatan ini mencakup penggunaan mekanisme *monitoring* dan evaluasi yang terstruktur. Pertama, dalam tahap *monitoring*, akan dilakukan pemantauan secara berkala terhadap pelaksanaan aktivitas pengabdian, termasuk jadwal pelaksanaan, partisipasi peserta, dan kemajuan dalam penyusunan materi pelatihan. Ini dapat dilakukan melalui rapat koordinasi rutin dengan tim pengabdian dan pemantauan langsung terhadap aktivitas pelatihan. Sementara itu, evaluasi akan melibatkan evaluasi menyeluruh terhadap pencapaian tujuan pelatihan dan dampaknya terhadap peserta dan UMKM. Metode evaluasi dapat mencakup penggunaan kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan, wawancara dengan peserta, analisis data, serta observasi langsung terhadap implementasi praktek baru dalam bisnis. Hasil evaluasi akan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas pengabdian, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan menyusun rekomendasi pengabdian masa depan. Dengan mekanisme *monitoring* dan evaluasi yang terencana dengan baik, akan memastikan pelaksanaan pengabdian berjalan lancar dan efektif, serta memberikan manfaat maksimal bagi peserta.

3. Penyusunan laporan dan pembahasan hasil

Kegiatan ini dilakukan dengan serangkaian langkah yang terstruktur. Pertama, dilakukan pengumpulan data dan informasi terkait pelaksanaan pengabdian, termasuk data partisipasi, hasil survei atau wawancara, serta catatan pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya, data ini akan dianalisis secara menyeluruh untuk mengevaluasi pencapaian tujuan pengabdian dan mengidentifikasi temuan utama. Pembahasan hasil akan dilakukan melalui sesi evaluasi bersama dengan para pemangku kepentingan terkait, seperti manajemen UMKM Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur, peserta pelatihan, dan pihak terkait lainnya. Selama sesi pembahasan, hasil pengabdian akan

dipersembahkan secara sistematis, disertai dengan analisis mendalam tentang dampak yang dicapai dan pelajaran yang dipetik selama pelaksanaan kegiatan. Laporan akhir akan disusun berdasarkan hasil evaluasi dan pembahasan, yang mencakup ringkasan eksekutif, metodologi, temuan utama, serta rekomendasi untuk tindakan lebih lanjut. Dengan demikian, rencana *monitoring* dan evaluasi ini akan memastikan bahwa pelaporan hasil pengabdian dilakukan dengan tepat dan obyektif, serta memberikan pondasi yang kuat guna pengambilan keputusan yang berkesinambungan.

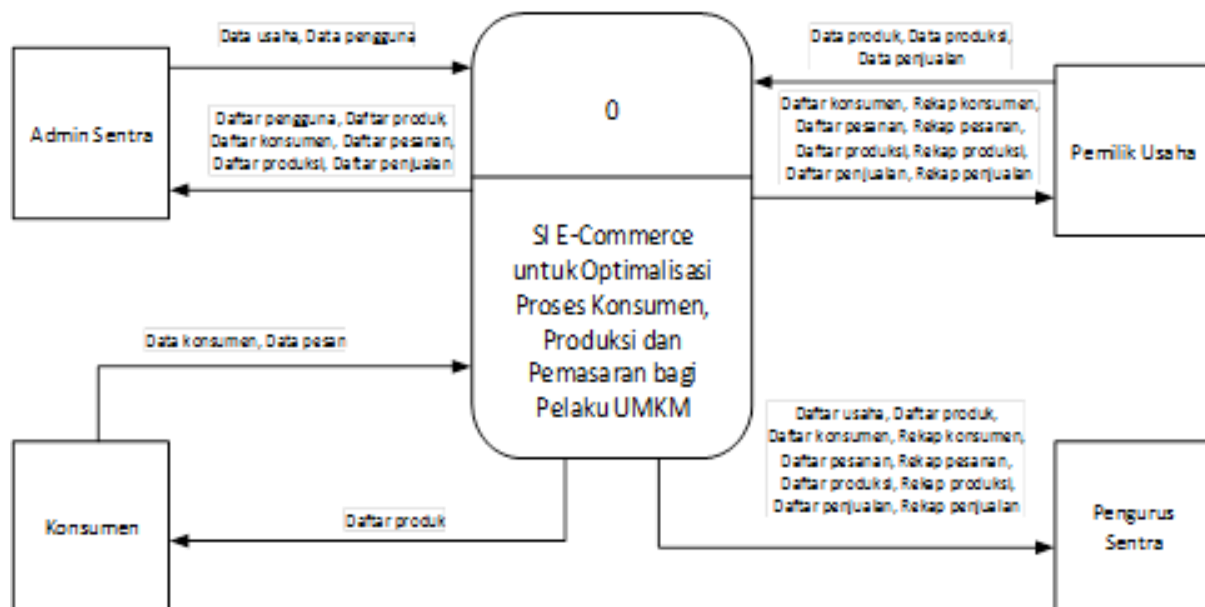
Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program

Kegiatan ini melibatkan kolaborasi aktif antara UMKM Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur sebagai mitra utama dan pelaksana PkM yang meliputi dosen dan mahasiswa. Mitra akan berperan dalam berbagai tahapan pelaksanaan program, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Partisipasi mitra dapat meliputi memberikan masukan dan wawasan terkait tantangan yang dihadapi oleh UMKM, menyumbangkan sumber daya seperti ruang pelatihan dalam bentuk sewa ruang pelatihan yang berwujud dana *inkind*. Mitra juga berkontribusi dalam memfasilitasi akses ke peserta potensial dan membantu dalam mempromosikan program kepada komunitas setempat. Dengan partisipasi yang kuat dan berkelanjutan dari mitra, program pengabdian dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan dapat memberikan dampak yang lebih signifikan bagi pengembangan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

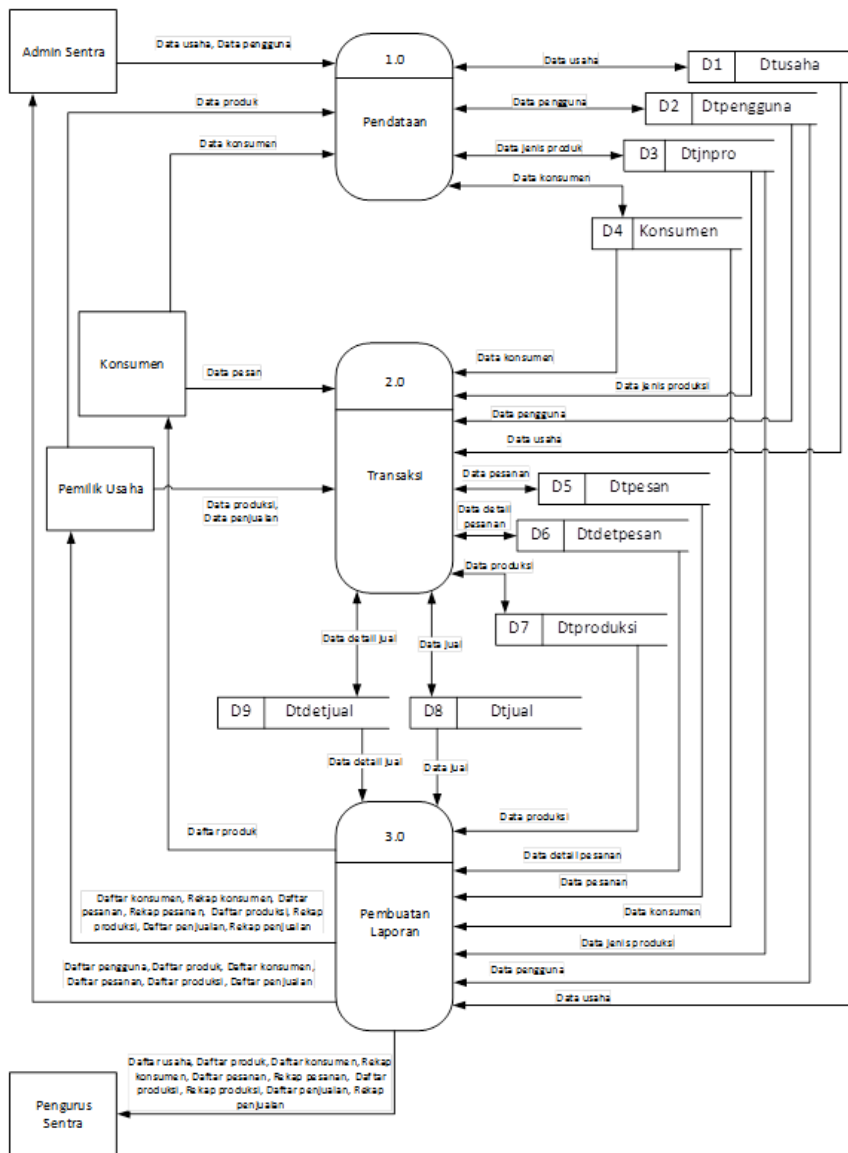
Hasil

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di sentra industri ayam goreng Kalasan berupa model sekaligus aplikasi yang dilatihkan kepada para pelaku UMKM. Model diwujudkan dalam bentuk Diagram Arus Data (DAD) secara umum digambarkan dalam bentuk diagram konteks seperti gambar 2.



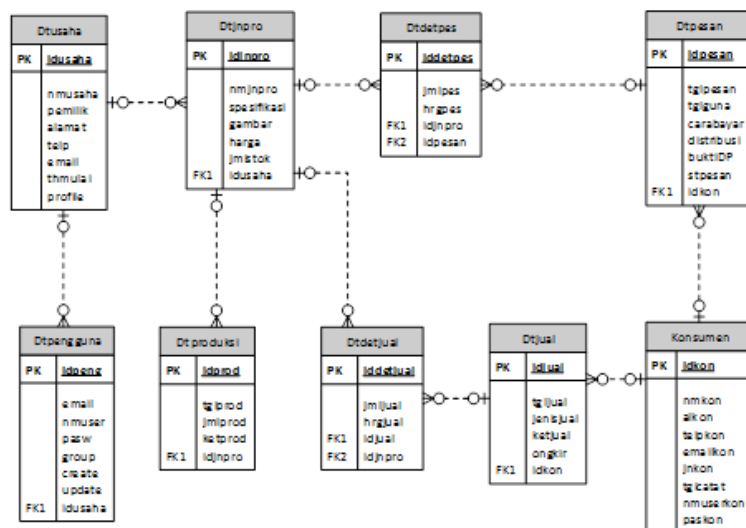
Gambar 2. Diagram Konteks.

Berdasarkan diagram konteks, maka dapat disajikan diagram overview seperti gambar 3.



Gambar 3. Diagram Overview.

Berdasarkan diagram *overview*, dapat disusun pemodelan data seperti disajikan pada gambar 4.



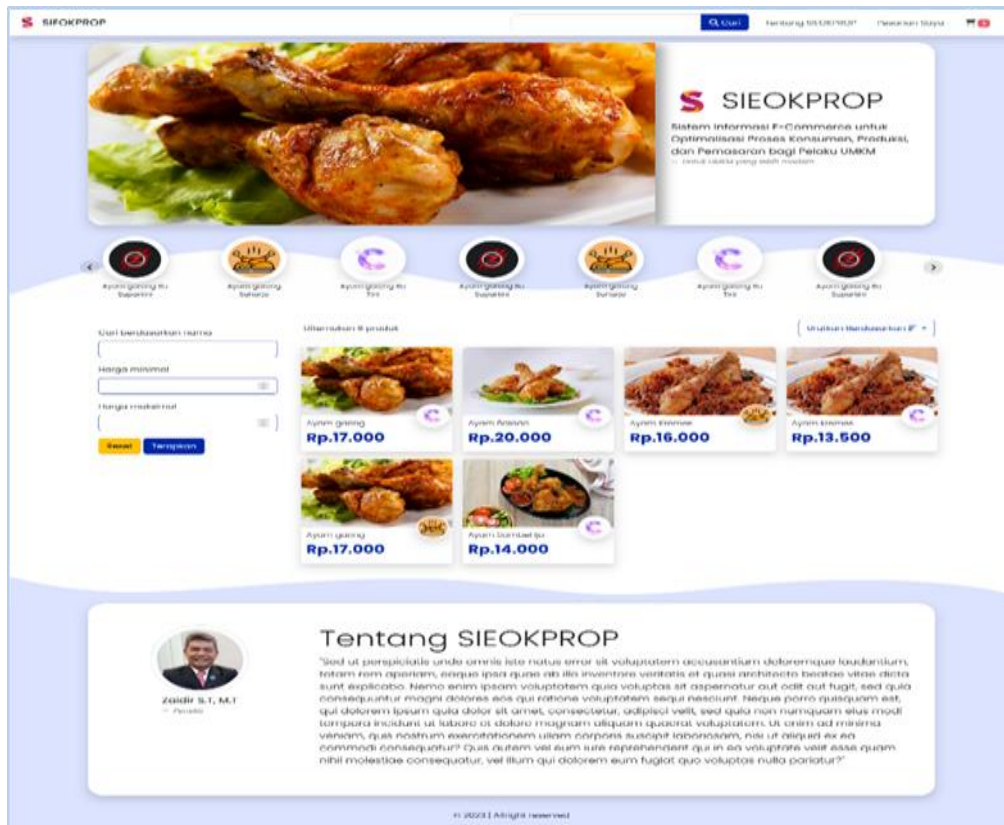
Gambar 4. Model Data.

Model yang dihasilkan diwujudkan menjadi aplikasi yang fokus pada pengelolaan konsumen, produksi dan pemasaran. Alasan untuk membangun dan menggunakan aplikasi ini adalah karena ketiga hal tersebut menjadi titik lemah bagi setiap pelaku usaha (UMKM) ayam goreng Kalasan dan menjadi skala prioritas yang harus diselesaikan berdasarkan kesepakatan mitra dengan tim pengabdian.

Aplikasi yang diperkenalkan dan diberikan pelatihan bernama Sistem Informasi *E-Commerce* Layanan Kosumen, Produksi dan Pemasaran (SIEOKPROP) secara ringkas sebagai berikut :

1. *Landing Page*

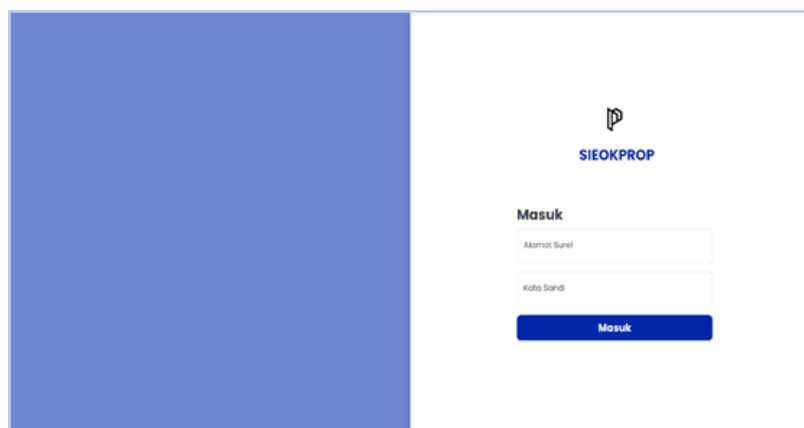
Halaman ini merupakan halaman utama untuk semua pengguna untuk mendapatkan informasi mengenai sentra industri “Maju Makmur” ayam goreng Kalasan seperti terlihat pada gambar 5.



Gambar 5. *Landing Page*.

2. *Login*

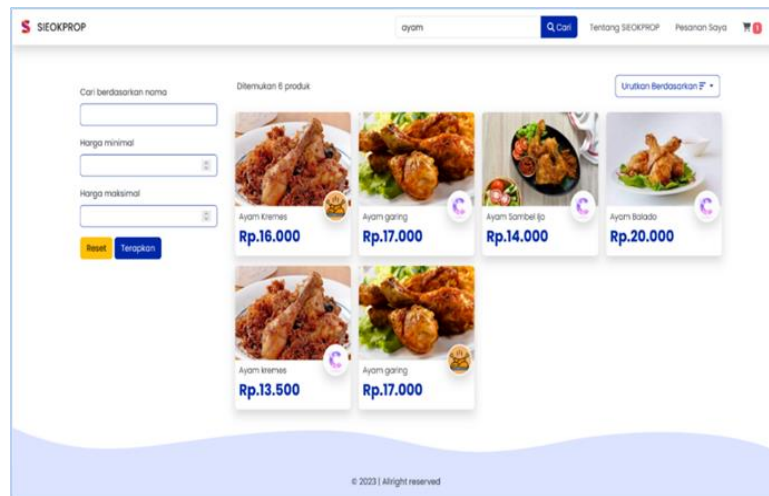
Aplikasi juga dilengkapi dengan proses login untuk setiap pemakai (*user*) seperti yang disajikan oleh gambar 6



Gambar 6. *Login Aplikasi*.

3. Pencarian Produk

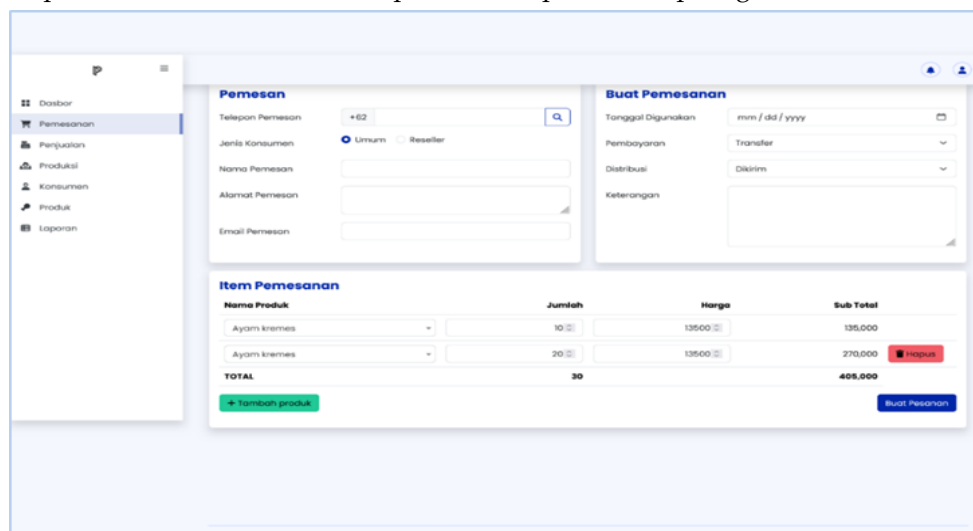
Untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi, aplikasi dilengkapi dengan pencarian produk seperti disajikan oleh gambar 7.



Gambar 7. Pencarian Produk

4. Pemesanan

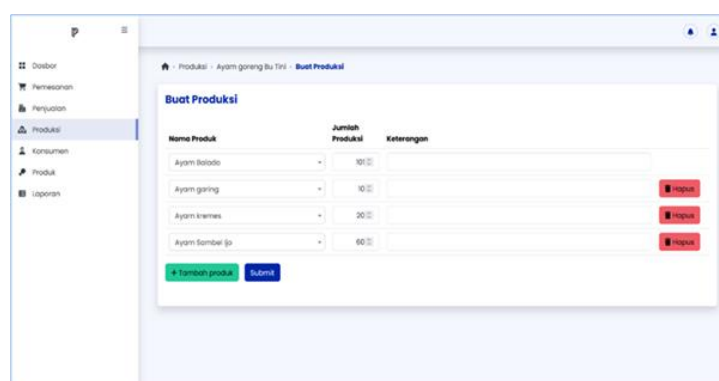
Konsumen dapat melakukan transaksi melalui pemesanan seperti terlihat pada gambar 8.



Gambar 8. Form Pemesanan.

5. Produksi

Fitur produksi disediakan untuk memenuhi pesanan ataupun untuk menjaga ketersediaan stok agar layanan untuk konsumen bisa maksimal dan kualitas produksi bisa terjaga. Proses pengelolaan produksi dapat diperlihatkan oleh gambar 9.



Gambar 9. Form Produksi.

6. Penjualan

Fitur penjualan disediakan untuk melayani pemesanan atau penjualan secara langsung. Proses pengelolaan penjualan yang disajikan oleh gambar 10.

Item Penjualan			
Nama Produk	Jumlah	Harga	Sub Total
Ayam goreng	1	17000	17,000
Ongkos Kirim			
TOTAL	1		0

Gambar 10. Form Penjualan.

Pembahasan

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Penggunaan E-Commerce

Proses pelatihan intensif mengenai penggunaan *platform e-commerce* dilakukan melalui pendekatan yang komprehensif dan berorientasi pada praktik langsung. Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar mengenai konsep *e-commerce*, dilanjutkan dengan panduan teknis tentang cara membuat akun dan mengatur toko *online* di *platform e-commerce* yang populer. Aspek-aspek yang diajarkan meliputi pengelolaan produk, penentuan harga, pengaturan metode pembayaran, serta pengoptimalan fitur-fitur seperti promosi. Selain itu, peserta juga diajarkan tentang strategi meningkatkan visibilitas toko melalui SEO (*Search Engine Optimization*) dan integrasi media sosial. Pelatihan ini juga mencakup simulasi dan pendampingan langsung, memungkinkan peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh dalam situasi yang menyerupai kondisi bisnis nyata mereka. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan teknis terkait *e-commerce* setelah mengikuti program ini. Hal ini tercermin dari kemampuan mereka untuk secara mandiri membuat dan mengelola toko *online*, termasuk mengunggah produk, mengatur sistem pembayaran, serta menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta dapat memanfaatkan fitur-fitur *e-commerce* yang lebih kompleks, seperti promosi dan analisis penjualan, yang sebelumnya tidak mereka pahami. Selain itu, para peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka, yang menandakan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan literasi digital di kalangan UMKM. Faktor-faktor yang membedakan hasil pelatihan ini dengan kegiatan pengabdian sebelumnya termasuk pendekatan yang lebih praktis dan berfokus pada kebutuhan spesifik peserta, serta pendampingan langsung yang diberikan selama pelatihan. Berbeda dengan pelatihan sebelumnya yang lebih teoritis, pelatihan kali ini menekankan pada penerapan langsung keterampilan melalui simulasi dan praktik nyata. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk segera menguji dan mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam konteks bisnis mereka, sehingga mempercepat proses pembelajaran dan meningkatkan keefektifan pelatihan. Selain itu, dukungan berkelanjutan selama pelatihan, termasuk sesi konsultasi individual, membantu mengatasi hambatan spesifik yang dihadapi peserta, sehingga mereka lebih siap dan percaya diri dalam memanfaatkan teknologi *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis mereka.



Gambar 11. Suasana Pelatihan.

2. Optimalisasi Proses Konsumen, Produksi dan Pemasaran Melalui Sistem Informasi

Sistem informasi digunakan dalam manajemen konsumen, produksi, dan pemasaran dengan mengintegrasikan berbagai fungsi bisnis ke dalam satu platform yang memungkinkan pengelolaan lebih efisien dan terkoordinasi. Dalam manajemen konsumen, sistem ini membantu mencatat dan menganalisis data pelanggan, termasuk preferensi dan riwayat pembelian, yang kemudian digunakan untuk personalisasi layanan dan strategi pemasaran. Pada sisi produksi, sistem informasi memungkinkan pelacakan penjadwalan produksi dengan memperhatikan pesanan ataupun kebutuhan rutin sehingga mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan stok. Untuk pemasaran, fitur utama seperti analitik penjualan, pengelolaan kampanye digital, dan integrasi dengan *platform e-commerce* membantu UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat. Implementasi fitur-fitur ini secara keseluruhan meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan manual, dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Implementasi sistem informasi telah berhasil secara signifikan mengurangi inefisiensi dan kesalahan dalam proses produksi di Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur. Dengan sistem informasi, produksi menjadi lebih terstruktur dan dapat dipantau, memungkinkan penjadwalan yang lebih akurat. Sistem ini juga mengurangi kesalahan manual dalam pencatatan dan pelaporan, yang sebelumnya sering terjadi akibat pengelolaan yang masih bersifat tradisional. Selain itu, kemampuan untuk melacak stok membantu manajemen untuk menghasilkan keputusan yang lebih akurat terkait pembelian bahan baku, sehingga mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan meningkatkan produktivitas keseluruhan. Integrasi teknologi dengan manajemen tradisional dalam program ini telah menunjukkan hasil yang lebih signifikan dibandingkan dengan pendekatan sebelumnya yang hanya berfokus pada peningkatan produksi tanpa dukungan teknologi. Pendekatan tradisional, meskipun mampu meningkatkan volume produksi, sering kali masih dihadapkan pada inefisiensi, kesalahan manusia, dan kurangnya kontrol yang tepat terhadap proses produksi dan ketersediaan stok. Dengan adanya teknologi, UMKM kini dapat mengotomatisasi dan mengintegrasikan berbagai aspek operasional seperti produksi, manajemen konsumen, dan pemasaran, sehingga tidak hanya meningkatkan volume tetapi juga kualitas dan efisiensi proses. Teknologi ini memungkinkan pelacakan real-time, analisis data yang sangat tepat, dan pengambilan keputusan secara cepat, yang sebelumnya tidak dimungkinkan oleh metode manajemen tradisional. Hasilnya, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan daya saing mereka di pasar tetapi juga mengurangi biaya operasional dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

3. Evaluasi Efektivitas Program dan Dampak Jangka Panjang

Metode evaluasi yang digunakan dalam program ini mencakup pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur efektivitas pelatihan, dengan indikator utama yang dinilai termasuk peningkatan keterampilan teknis, perubahan dalam praktik bisnis, dan dampak terhadap performa UMKM. Evaluasi dilakukan melalui survei pra dan pasca-pelatihan untuk mengukur pengetahuan awal dan perubahan setelah pelatihan, serta wawancara mendalam dengan peserta untuk mendapatkan umpan balik kualitatif tentang pengalaman mereka. Selain itu, analisis data operasional seperti peningkatan volume penjualan, efisiensi produksi, dan kepuasan pelanggan juga digunakan untuk menilai dampak nyata dari pelatihan terhadap bisnis mereka. Indikator-indikator ini memberikan gambaran menyeluruh tentang efektivitas pelatihan dan kemajuan yang dicapai oleh peserta dalam penerapan keterampilan baru mereka. Pengaruh jangka panjang yang diinginkan dari kegiatan ini terhadap perkembangan UMKM mencakup peningkatan kapasitas bisnis, pertumbuhan pendapatan, dan daya saing yang lebih baik di pasar. Program ini didesain supaya memberikan keahlian dan pengetahuan yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperbaiki manajemen sumber daya. Hasil evaluasi mendukung proyeksi ini dengan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan dalam keterampilan teknis dan operasional mereka, serta melaporkan potensi pertumbuhan bisnis yang lebih baik. Data menunjukkan adanya perbaikan dalam pengelolaan produksi dan pemasaran yang berkontribusi pada peningkatan performa bisnis, yang mendukung prediksi bahwa keterampilan yang diperoleh akan menghasilkan manfaat berkelanjutan dan mendorong perkembangan UMKM dalam jangka panjang. Evaluasi program ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan dengan program pengabdian sebelumnya dalam hal mengukur efektivitas dan dampak jangka panjang. Program kali ini menerapkan metode evaluasi yang lebih komprehensif, termasuk survei kuantitatif, wawancara kualitatif, dan analisis data operasional, yang memberikan gambaran yang lebih akurat tentang hasil dan dampak pelatihan. Program sebelumnya cenderung kurang fokus pada evaluasi pasca-program dan kurang terukur dalam memantau dampak jangka panjang. Perbaikan yang dapat dilakukan untuk program di masa depan meliputi penambahan mekanisme evaluasi berkelanjutan yang memungkinkan pemantauan dampak jangka panjang secara berkala dan penyesuaian program berdasarkan umpan balik dan hasil evaluasi yang diperoleh. Selain itu, meningkatkan keterlibatan peserta dalam proses evaluasi dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang efektivitas dan kebutuhan yang harus diakomodasi dalam program mendatang.

KESIMPULAN

Pelatihan sistem informasi *e-commerce* telah secara signifikan meningkatkan keterampilan dan efisiensi UMKM di Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur, dengan dampak positif yang terlihat dalam pengelolaan konsumen, produksi, dan pemasaran. Program ini tidak hanya berhasil dalam jangka pendek dengan meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga menunjukkan potensi manfaat jangka panjang menggunakan sistem informasi *e-commerce* yang dibuat secara kustom sehingga dapat mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM. Dibandingkan dengan program sebelumnya, pendekatan yang lebih terstruktur dalam evaluasi dan penerapan teknologi memberikan hasil yang lebih terukur dan berkelanjutan. Untuk masa depan, penting untuk terus mengembangkan mekanisme evaluasi dan penyesuaian program agar dapat mengoptimalkan manfaat bagi mitra UMKM secara lebih efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menghaturkan terima kasih pada LPPM Universitas Respati Yogyakarta yang telah menyediakan dana untuk kegiatan PkM ini melalui skema pengabdian kolaborasi hibah internal 2024. Ucapan terima kasih kepada pengurus sentra industri "Maju Makmur" Kalasan yang menyediakan lahan kegiatan serta dukungan dana berupa *inkend* serta kontribusi lainnya dalam kegiatan PkM ini.

REFERENSI

- Al Malki, M. (2023). A Review of Sustainable Growth challenges faced by Small and Medium Enterprises. *International Journal for Global Academic & Scientific Research*, **2**(1), 53–67. <https://doi.org/10.55938/ijgasr.v2i1.39>
- Aliyev, T. (2023). *The Impact of Small and Medium-Sized Enterprises on the Level of Employment*. *Economic Affairs*, **68**(Special Issue). <https://doi.org/10.46852/0424-2513.2s.2023.6>
- Enaifoghe, A., & Vezi-Magigaba, M. F. (2023). *Conceptualizing the role of entrepreneurship and SME in fostering South Africa's local economic development*. *Social Science*. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2444>
- Faculty Of M.B.A, Department of Commerce and Management, B. R. Ambedkar Bihar University Muzaffarpur, Bihar, India, & Banerjee, Dr. B. (2023). CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES: NAVIGATING THE BUSINESS LANDSCAPE. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, **05**(05), 13–17. <https://doi.org/10.37547/tajir/Volume05Issue05-04>
- Frans Sudirjo, Ari Apriani, Arief Yanto Rukmana, Djoko Widagdo, & Egidius Fkun. (2023). Impact of the Digital Sales Growth Of MSMEs Industry Fashion in Bandung City: Product Recommendations, Customized Promotions, Customer Reviews, and Product Ratings. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, **5**(1), 70–79. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.135>
- Jakob, J. C., Nusi, A., Maelissa, N., Sari, H. F. A., & Marantika, M. (2021). TMS Based TOEFL Training and Try Out (TOEFL Strategy Module) for 2019 TMT Lecturers at Ambon State Polytechnic to Get Lecturer Certification. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, **4**(2), 812-819. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v4i2.1360>
- Kamil, M., Khan, N., & Saeed, A. (2023). REVOLUTIONIZING SMEs PERFORMANCE: EMPOWERING GROWTH THROUGH CULTURAL TRANSFORMATION, DYNAMIC MARKETING, AND INNOVATIVE PRODUCTS. *Gomal University Journal of Research*, **39**(02), 156–168. <https://doi.org/10.51380/gujr-39-02-04>
- Muhamad Imam Agus Faizal. (2023). Training in Creating Attractive Promotional Content and Product Marketing Through E-Commerce for MSMEs. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, **4**(2), 994–1001. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2612>
- Mukhlis, I. R., Al Adawiyah, R., Aghe Africa, L., Ekaningtyas, D., Zeinfiki Djunaedy, A., Silvy, M., & Rochmah, N. (2023). Optimization of Integrated Digital Marketing in The Marketing Strategy of MSME Culinary Tourism Centers (SWK) Wonorejo City of Surabaya. *Journal of Applied Management and Business*, **4**(1), 26–41. <https://doi.org/10.37802/jamb.v4i1.390>
- Nazir, M. A., & Roomi, M. A. (2021). Barriers to Adopting Electronic Commerce for Small and Medium-sized Enterprises in Emerging Economies. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, **10**(2), 43–55. <https://doi.org/10.5195/emaj.2020.203>
- Siregar, R., & Sudarmanto, E. (n.d.). Beyond Traditional Boundaries: Embracing Digital Transformation for Enhanced Management Efficiency at Micro and Small Business Enterprises. 01(06).
- Sri Yuliani, Maulana Al Ghifari, Albanna Sayf Aladl, Aly Farhan, Jeremy Farrel Pratama, Agnes Ardiani, Indira Hapsari Estiningtyas, Melania Ika Wardani, Regina Dewitri, Verensia Juan Akyani, & Zain Afdha Zulaechah. (2023). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM di Desa Sambiharjo Kecamatan Paranggupito. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, **2**(2), 194–198. <https://doi.org/10.56799/joongki.v2i2.1548>
- Suakanto, S., Fauzi, R., Andreswari, R., Hardiyanti, M., & Nurtrisha, W. A. (2022). Development of e-commerce applications and integration into the marketplace to support MSME product sales. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, **7**(3), 519–530. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v7i3.7334>
- Vinsensius Widdy Tri Prasetyo & Lena Ellitan. (2023). The Role of Internal and External Environment For The Sustainability of MSMEs. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, **2**(3), 312–323. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i3.1609>